

Literature

1. Davydenko, E.L. *Technology balance as an indicator of innovative development of the national economy* / E.L. Davydenko // *Bank bulletin*. - 2009. - № 7. - S. 21-25.
2. *The economic substance the innovation-investment process in the modern corporation*. Gerasina J.A., ken, Barmashova L.V., ken, Denisova O.N. «*Business-in-law*», 2011. №3 S. 217-220.
3. *Presidential Decree of April 11, 2011 № 136 On approval of the Socio-Economic Development of the Republic of Belarus for 2011-2015*.
4. *Executive Order of December 8, 2011 № 2227-r of Approval strategy of innovative development of the Russian Federation for the period up to 2020*.

ИННОВАЦИИ КАК ОБЪЕКТ ЭТИЧЕСКОЙ РЕГУЛЯЦИИ INNOVATIONS AS AN OBJECT OF ETHICAL REGULATION

Помозов Н.Н., старший преподаватель,
филиал ФГБОУ ВПО «МГИУ», г. Рославль

Pomozov N.N., senior teacher,
branch FGBOU VPO "MGIU", Roslavl

Эта статья посвящена проблеме исследования готовности общества к инновационной деятельности и возможности этической регуляции отношений в условиях постоянных изменений.

This paper addresses the problem of research of readiness of a society to innovative activity and an opportunity of ethical regulation of relations in conditions of constant changes.

Ключевые слова: инновация, стратегия изменений, эффективное взаимодействие, этическая регуляция отношений.

Keywords: innovation, strategy of changes, effective interaction, ethical regulation of relations.

После эпохи эффективности и эпохи качества конца XX в. цивилизация вступила в эпоху инноваций. Термин «инновация» был предложен великим австрийским экономистом Джозефом Шумпетером, который определил его как коммерциализацию новых идей на основе применения новых идей и технологий, введения новых процессов, открытия новых рынков, создания новых организационных форм и структур.

К сожалению, недостаточно изученным является еще один важный фактор, определяющий исследуемое понятие – готовность людей к изменениям.

По мнению исследователя Громовой Л.А., перманентная инновация и диверсификация (разнообразие) деятельности – наиболее эффективные способы обеспечить устойчивое конкурентное преимущество для большинства современных организаций. Однако инновационные процессы являются нелегким испытанием для вовлеченных в них людей. Они должны успешно справляться с адаптацией и постоянными изменениями, быть готовыми к обучению, совершенствованию и высокой результативности в условиях дефицита времени и ресурсов. Ключевые составляющие этики управления процессом инноваций – это управление людьми в условиях постоянных изменений и преодоление сопротивления изменениям [3, с. 105].

Инновации зависят от динамики изменения и улучшения технологических процессов, организационных структур и персонала, способного к обучению и

эффективному партнерству. Основной вопрос этики инноваций состоит в готовности людей принять на себя ответственность за ближайшие и отдаленные последствия происходящих перемен.

Современная деятельность человека, его мышление, средства и методы общения, профессиональные и нравственные требования приобретают все более интеллектуальный характер. Глобальные интеллектуальные вызовы общества сопровождаются ростом значимости знаний и инноваций не только для повышения конкурентоспособности экономики, производительности труда, увеличения числа рабочих мест, но и для изменения самого человека, его способности к саморазвитию, инновационного характера его знаний.

Ученые предупреждают, что глобальный интеллектуализм чреват атропическими кризисами и социальным расслоением общества вследствие разрыва между интеллектуальным меньшинством, способным повысить свою силу познания путем саморазвития и тем большинством людей, которые не способны будут повышать динамику интеллекта. Таким образом, инновации – это не только коммерциализация знаний, но и путь познания через постоянные открытия, занятия научной деятельностью, овладение новым мировоззрением, навыками управления изменениями и этикой ответственности [3, с. 106].

Не случайно на государственном уровне принята Стратегия развития науки и инноваций в Российской Федерации на период до 2015 г., предусматривающая решение важных задач:

- создание конкурентоспособного сектора исследований и разработок и условий для его расширенного воспроизводства;
- создание эффективной национальной инновационной системы;
- модернизация экономики на основе технологических инноваций.

Инновация – это система управляемых изменений, приводящая к новым практическим результатам. Психолог К. Левин рекомендует учитывать три стадии любых изменений: *размораживание* (работа менеджера по подготовке ситуации к изменениям; опасности: промедление смерти подобно); *проведение изменений* (модификация технологий, процессов, обучение людей; опасность: западня активности); *повторное замораживание* (необходимы время и работа для закрепления изменений и сохранения импульса перемен; опасность: эффект инновационной забывчивости.)

В чем состоит специфика управления инновациями? Ф. Янсен описывает модель «7S» (по первым словам, которые на английском языке начинаются на букву S) – новые правила игры, позволяющие учесть их в этике управления инновационными процессами: удовлетворение заинтересованных лиц (стейкхолдеров); стратегическое прогнозирование; скорость; неожиданность; изменение правил; сигнализирование; одновременная и последовательная стратегическая направленность [5, с. 42].

Инновации, которые являются общими для всех, ориентируются на удовлетворение потребителей, носят вероятностный характер, требуют много времени, склонны к внезапным резким ускорениям, задержкам, сопротивлению, возникновению препятствий, во многом полагаются на интуицию и неявно выраженное знание, начинаются фанатиками идеи или ее активными сторонниками.

Кроме того, инновации требуют управления не функциями, а процессами интеграции организационных структур и сетевого внешнего и внутреннего

взаимодействия, а проекты являются провокаторами и эффективным инструментом изменений.

Ученый Э.М. Коротков выделяет девять принципов эффективного взаимодействия в инновационной деятельности, которые, на наш взгляд, способствуют формированию этического поведения участников этого вида деятельности:

1) принцип *научного равенства* – свободное высказывание идей, мнений, оценок, предложений, гипотез;

2) принцип *консультативности* – каждый должен иметь возможность быть консультантом в той сфере знаний и деятельности, в которой он развил по максимуму свои способности;

3) принцип *творческой активности* – каждому должно быть предоставлено право на творческую деятельность, а не только на исполнение заданий руководителя;

4) принцип *организации ресурсов* – распределение и сочетание ресурсов по назначению с учетом фактора времени;

5) принцип *конструктивной критичности* – критика идей возможна и полезна. Недопустима амбициозная, бездоказательная критика, перенесение критических замечаний с идеи на человека, критика, убивающая инициативу и энтузиазм;

6) принцип *сочетания локального и общего обсуждения проблем* – интегральный интеллект опирается на гармонию индивидуальности и коллективности;

7) принцип *мысленного экспериментирования* – возможен по ошибочным, абсурдным, сомнительным вариантам решений. Право на ошибочное мнение и фантазию является импульсом к поиску рациональных решений;

8) принцип *минимального контроля* – необходим для всевозможных корректировок технологии поиска нового, для осуществления обратной связи;

9) принцип *формирования психологического комфорта* – в деятельности интегрального интеллекта существует понятие «подогрева». Это важный этап формирования атмосферы доверия, раскачивания мысли, снятия психологической напряженности, мотивирования поиска, творчества, самостоятельности [4, с. 165].

Однако в обществе существует проблема: почему люди сопротивляются изменениям? Как это можно преодолеть? Ответы находятся в сфере профессиональной компетенции менеджеров по развитию или менеджеров по инновациям. Используя стратегии изменений – стратегии принуждения, убеждения, обучения и разделения власти, можно повлиять положительно на людей и привлечь их к планированию изменений и их претворению в жизнь.

Существуют этические стратегии борьбы с сопротивлением изменениям: обучение и развитие коммуникаций, участие и вовлечение в работу по инновационным технологиям, поддержка, консультирование, переговоры и соглашения, мягкое манипулирование и т.д.

Что необходимо предпринять, чтобы инновации не вызвали неприятия и отторжения в организациях и в обществе в целом? Какие этические приемы регуляции отношений в условиях постоянных изменений будут наиболее эффективными?

Согласимся с мнением исследователя М. Армстронга, который высказал мысль о необходимости формирования и понимания культуры организации и тех рычагов изменений, которые будут эффективны в данной культуре:

1. Менеджеры на всех уровнях должны обладать лидерскими качествами, соответствующими обстоятельствам конкретной организации и ее стратегиям изменений.

2. Степень приверженности изменениям можно повысить, если задействованные в изменениях люди имеют возможность в полном объеме участвовать в планировании и реализации планов.

3. Стратегии изменений должны быть адаптивными, так как жизненно необходима способность быстро реагировать на новые ситуации и требования, которые неизбежно будут возникать. С точки зрения этики, внимание должно быть сконцентрировано на изменении поведения, а не на усилиях навязать корпоративные ценности. К их принятию каждый приходит своим путем. В организациях, как правило, работают люди, которые способны действовать в качестве проводников изменений. Они будут приветствовать те вызовы и возможности, с которыми сопряжены изменения. Такие работники как нельзя лучше подходят для роли «агентов» изменений [2, с. 223].

Таким образом, принимая во внимание неизбежность изменений в эпоху глобальной конкуренции и перемен, организация должна проводить постоянные разъяснения и обучение всех и каждого. Следует предпринять все требуемые действия, чтобы защитить интересы вовлеченных в изменения людей.

Литература

1. Армстронг, М. *Практика управления человеческими ресурсами* / Пер. с англ. – СПб., 2007. – С. 237–255.
2. Армстронг, М. *Стратегическое управление человеческими ресурсами*. – М., 2002. – С. 223–225.
3. Громова, Л.А. *Этика управления: Учебно-методическое пособие*. – СПб.: Изд-во РГПУ им. А.И. Герцена, 2007. – 183 с.
4. Коротков, Э.М. *Исследование систем управления*. – М., 2003. – С. 165–168.
5. Янсен, Ф. *Эпоха инноваций* / Пер. с англ. – М., 2002. – С. 42–43.

List of references

1. www.propel.ru/pub/Kross-marketing.php
2. www.ruler.com.ua/pages/26/
3. www.alenashefina.com/2012/01/kak-organizovat-kross-marketing/
4. www.24on-line.com/publ/kross_marketing_sposob_vychivaniya_ili_instrument_razvitiya_kompanii
5. www.besttext.ru/cross-marketing.html
6. www.liskovskogo.com/promotion/cross-marketing.html

КРОСС-МАРКЕТИНГ: КАК ПОДНЯТЬ ПРОДАЖИ ЗА СЧЕТ ПАРТНЕРА

Cross-marketing: how to raise sales et the expence of a pertner

Степанюк В.Л., старший преподаватель,

Хватик М.В., Дудич Ж.В., студентки,

УО «Брестский государственный технический университет», г. Брест

Stepanyuk V. L., senior teacher,

Hvatick M.V., Dudich Z.V., students,

Brest State Technical University, Brest

Abstract

The article deals with cross-marketing as a company development tool. Definitions of cross-marketing given by various authors have been presented. A detailed description of the implementation algorithm of cross-marketing company is given.